连环漫画

汉语大观园

HANYU DAGUANYUAN

广告妙语 · 测字揭秘



湖南美术出版社





内容简介

语言文字是文化的基石，汉语是中国文化的结晶。

《汉语大观园》围绕着有关汉语的十个专题，搜集古今趣闻，绘成连环漫画，由浅入深，举一反三地揭示汉语的语言规律，使这门博大精深的基础学科，变得通俗易懂，兴味盎然。

这是图文并茂，雅俗共赏的新型知识读物。

《汉语大观园》丛书

汉字拾趣　　一字千金
白字笑话　　修辞集锦
标点轶事　　方言搜奇
语序奇闻　·　词语典故
广告妙语　　测字揭秘

ISBN 7-5362-1574-6



9 787536 215740 >

ISBN 7-5362-1574-6
J·1422　定价：4.50元

汉语大观园
广告抄语·测字揭秘

出版总发行　　岭南美术出版社
经　销　　广东省新华书店
印　刷　　广州金羊彩印有限公司印刷
1998年4月第一版　　1998年4月第一次印刷
开本：787×1092mm　1/32　印张：3
ISBN 7-5362-1574-6
J·1422　　定价：4.50元

汉语大观园

汉字拾趣
一字千金
标点轶事
方言搜奇
白字笑话
修辞集锦
语序奇闻
词语典故
广告妙语
测字揭秘

岭南美术出版社

责任编辑：罗兆祥
叶家斌
封面设计：杨石友
魏 俊
版式设计：区志珊
责任技编：黄梅儿

总序

掌握工具 开拓未来

“语言是人类最重要的交际工具”，这是科学的论断。所谓“语言”，包括口头语和书面语(文字)。人们必须利用语言进行交际、交流思想文化、组织生产等活动。可见一个国家民族的语言是否规范化，必然关系到社会的发展、科技的进步、国家民族的团结统一、民族素质的提高等问题。

我国是个多民族的国家，汉语是各民族的共同语，推广普通话，促进语言文字的规范化，这是刻不容缓的工作。这方面的工作，建国以来作出了一定的成绩，但与当前形势要求还





不相适应。社会上对普通话和汉字的规范不重视，尤其突出的如乱造简体字，滥用繁体字，粗俗地运用外来语等等。总言之，是没认识到语言混乱的恶果。因此，对当前“拯救汉语”这呼声，我们应积极响应与支持，动员起来，要为祖国语言的纯洁和健康而斗争！

朋友们，你们知道汉语的国际地位吗？

当前，已有十几亿人使用汉语，是世界上人口最多的语言。联合国有百多个会员国，已商定采取六种工作语言，汉语早已被采用了。近十年掀起了全球性的“汉语热”，在国外非华裔学生学汉语的人数与日俱增。美国一些中学，规定成绩达到A的才可以读中文，把学中文看作荣幸的事。美国一位教授实验过，认为汉语对信息的承载量最大。朋友们，你们了解到这些，当会为汉语地位的崇高而自豪吧！

《汉语大观园》丛书，是响应“拯救汉语”这呼声而编绘的。这书出版得很及时，也很有特色。它围绕着提高语文水平的十个专题去选材，每个专题选二十个故事，每个故事附有“点评”。每两个专题合成一个分册，全书由五个分册组成，故称丛书。它不同于一般教科书，也不同于一般辅导材料，而是知识性与趣味性交融的读物。

现在，让我把本丛书最突出的几点告诉大家吧！

首先是，图文并茂，熔语言文字、词汇语音、修辞及标点符号于一炉。文意能启发你的思考和想象，画意丰富你的美感享受，使你在满足美感的乐趣中，获得语文知识和历史知识。

其次是，文体多样，知识面广。有生动的历史人物故事，有传统的诗词、歌谣、对联以至广告语，还有简明的点评，既可获得运用语言的知





识，又有助于提高对历史事物的分析能力。

再次是，庄谐并用的风格，融贯于每个故事和画面。许多故事使你发笑，讥笑那些丑恶的人和事；许多正面人物的胜利，又使你欢笑。幽默的语言和画面，总是获得快乐的传媒。在嬉笑和怒骂中，却不背离庄重的原则，从而获得审美教育。

末了，本“丛书”并不是语文课本的重复或继续，而是通过生动的故事、幽默的情趣、典型的例子、优美的图文，正反互见，举一反三地灌输语文知识。它可以称得上是雅俗共赏的新型语文读物。比方运用词语：“屡战屡败”与“屡败屡战”，一字的调动，则主帅的功过悬殊；又如用字：“我下月要上吊(调)”，一字之误，害得全家惶恐不安；再如修辞：对联“出井蛤蟆穿绿袄”、“落锅螃蟹着红袍”。上联是某官戏弄少年解缙的，下联则是解缙以牙还牙。二人

刚好一个穿红，一个着绿，同是运用了比喻等手法，而解缙不露刀光剑影，却取得全胜。此中虽有事属传闻，但其运用语言的经验却切实可取。诸如此类的，不胜枚举。

朋友们！语言这工具的功用，虽不是几句话说得具体的，但它确是人与人之间交际的桥梁。它可以通向万里，通向国内外，通向科技高峰，通向生活乐园。每个人天天用它，一辈子用它，个人生活用它，公开场合用它，论功行赏时用它，法庭争辩时用它。语云“千日养兵一日用”，而青年期是长知识的黄金时代，如果我们平时不培养好语言这兵种，战时必定挨打，那就损失太大了。朋友们，你说这话对吗？



李其钦

于广州师范学院

广告妙语

编文：弓　子
点评：黎　青
绘画：丘　天



妙语的商业效应

广告的任务，主要是为商品(或劳务)传达信息的。它是商品经济社会的产物。我国长期处于自给自足的农业社会，故广告事业并不发达。随着开放改革形势的发展，当前广告事业发展很快，也做出了成绩，受到社会上的重视。

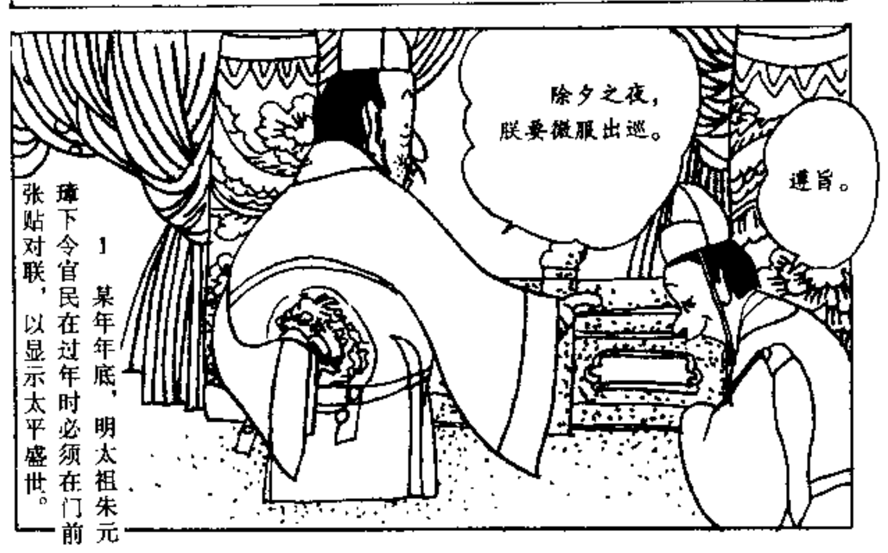
《广告妙语》，主要反映汉语知识在商业上的应用，读了它，有助于语言运用能力的提高。从文

章的体裁说，散文、诗词、歌谣以至对联，均可应用于商业广告，只是所用的媒介、场合、对象及目的不同。它的表现艺术手段，大致有：骇人听闻的，如《张飞怕病》等；引人置疑的，如《明天分晓》等；以情动人的，如《情系亲人》等；借助名人的，如《扬州第一》……可见传统的多种文章体裁，都可为广告服务。历史上，士大夫文人由于田园生活，陶冶出孤芳自赏的情趣，轻视商业，那是历史的局限，当然不适合今天发展经济的需求了。语言文学有反映社会生活的天职，自然不应把商业拒之门外。当然，文学是有其独特个性的，决不是商业广告的附庸。

目　录

·广告妙语·

太祖题联



1　某年年底，明太祖朱元璋下令官民在过年时必须在门前张贴对联，以显示太平盛世。
除夕之夜，朕要微服出巡。
遵旨。



2　除夕，大街上的商铺民居都贴上了对联，只有一家阉猪店门前竟是空白。
怎么还未贴上对联？这店主胆子可不小！
陛下，待臣进去问个明白。



点评

贵为天子的朱元璋，当然不会为商人做广告。但这事迹，客观上确是起了莫大的广告作用。名人、明星的广告效应，今天仍占重要地位，这是事实。

“双手劈开生死路，一刀割断是非根。”这一联据说是给一间阉猪店写的(见梁章钜《楹联丛话》)。联语的内容与阉猪行业很贴切。“生死路”、“是非根”等语，在家畜类说虽不是那么敏感，但也存在，无非是指两性间的问题。此言虽小，可以喻大，略含哲理性。整联可谓对仗工整、语言通俗，而带有理趣。

· 广告妙语 ·

扬州第一


1　明代书法家赵孟頫喜欢旅游。一日，他来到扬州瘦西湖畔，正好遇着“迎月楼”酒楼开张。
2　赵孟頫细看一番，发现酒楼建筑独具特色，不觉喝彩。
真是扬州第一楼呀！

3　酒楼老板得知他是有名的书法家，连忙请他入席。







4　老板挂起赵孟頫的对联后，一时名传遐迩，顾客盈门。迎月楼成了"扬州第一楼"。

点评

赵孟頫不仅是书法大家，而且是大画家，诗文也很有名。《元史·本传》称他各体书法"无不冠绝古今"，诗文也很杰出。迎月楼能有他的墨宝，自然就身价百倍了。

"春台文苑三千客，明月扬州第一楼"，除书法引人欣赏之外，联语所示的意境，也耐人寻味，使人获得美的享受。文人兴会，是当时社会生活中的一种高雅时尚；再把第一楼冠上月明之夜，则人工天巧之美俱备，难怪客似云来，日无虚座。

得寸进尺


1　明代杰出书画家唐寅(伯虎)有“江南第一才子”之称。一日，有商人前来拜访。


2　商人先是恭维一番，然后请他为自己新开张的商号写副对联。唐寅写道：生意如春草，财源似水泉。


3　商人却不满足，请他另写。
请写得夸张一点，字要多一点。

4 唐寅冷笑一声，又一挥而就。

门前生意如夏夜蚊虫队进队出

夜里铜钱像冬天虱子越捉越多

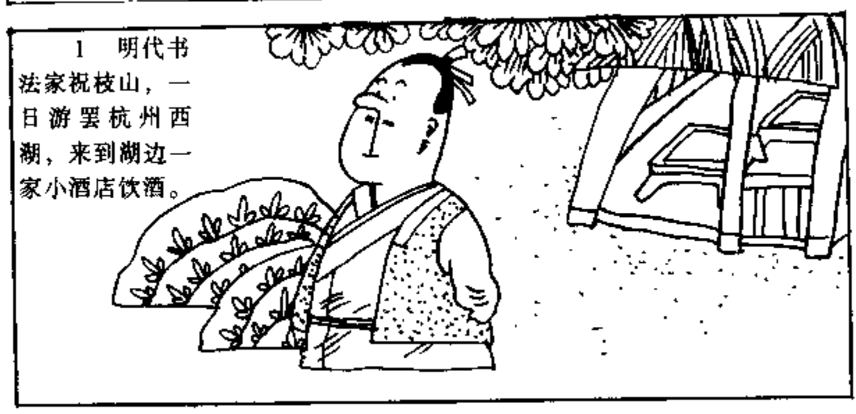


点评

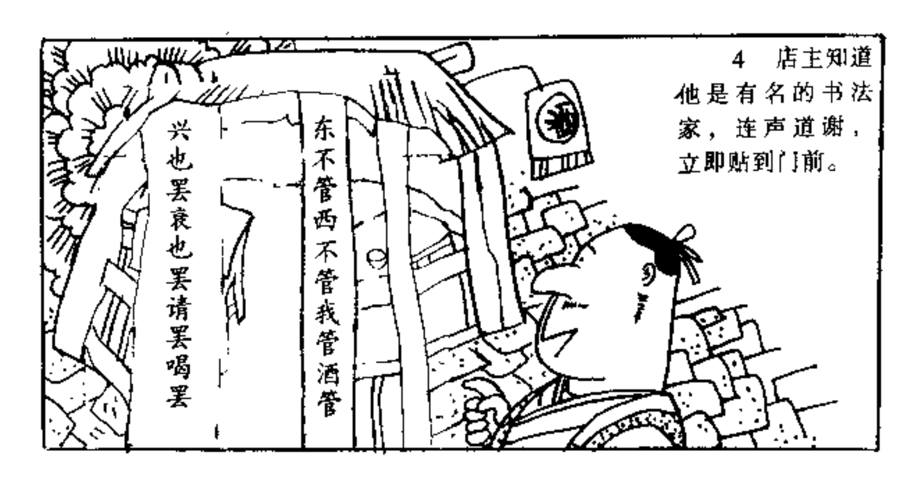
唐寅的诗书画都很有名，绘画被称为“明四家”之一；诗歌是“吴中四才子”之一。只因机遇不好，性格放荡，又淡薄功名，故中了解元之后，不久便归隐了。他自称“江南第一风流才子”，以卖书画文章为生。他的作品为世所宝。

他的第一副题联，通俗清新，心平气和地给那商人说好话。由于该商人贪得无厌，惹起唐寅不满，故意用“蚊子”、“虱子”作譬喻，含蓄地讽刺了商人的贪念。这对顾客的消费心理，也就起了淡化的作用。

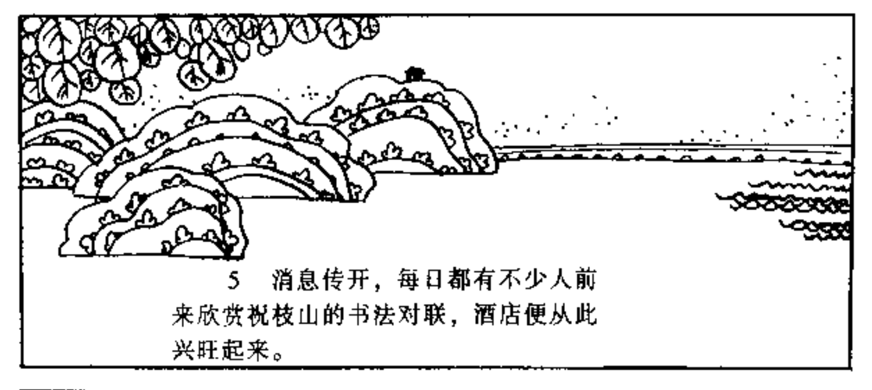
一联解困


1 明代书法家祝枝山，一日游罢杭州西湖，来到湖边一家小酒店饮酒。


2 祝枝山正喝得高兴，忽然发现开酒店的父女俩愁眉不展，便问缘由，原来是因为生意不景气。
3 祝枝山叫店主拿来纸笔，写了一副对联。



4　店主知道他是有名的书法家，连声道谢，立即贴到门前。



5　消息传开，每日都有不少人前来欣赏祝枝山的书法对联，酒店便从此兴旺起来。

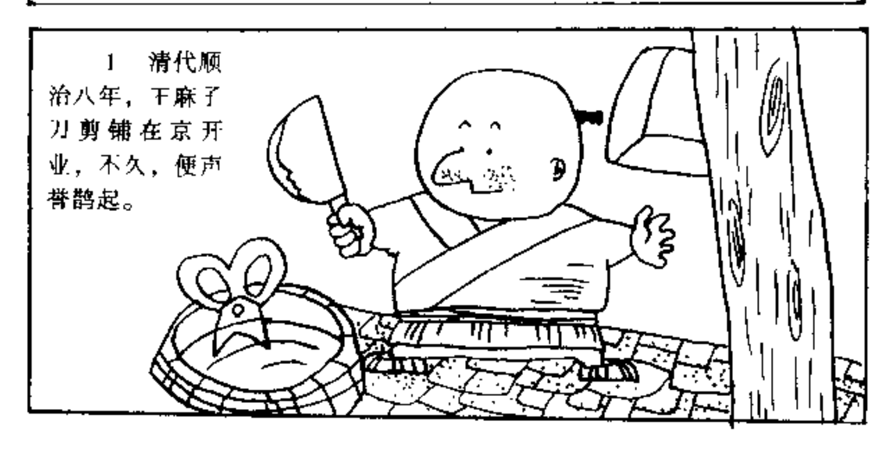
点评

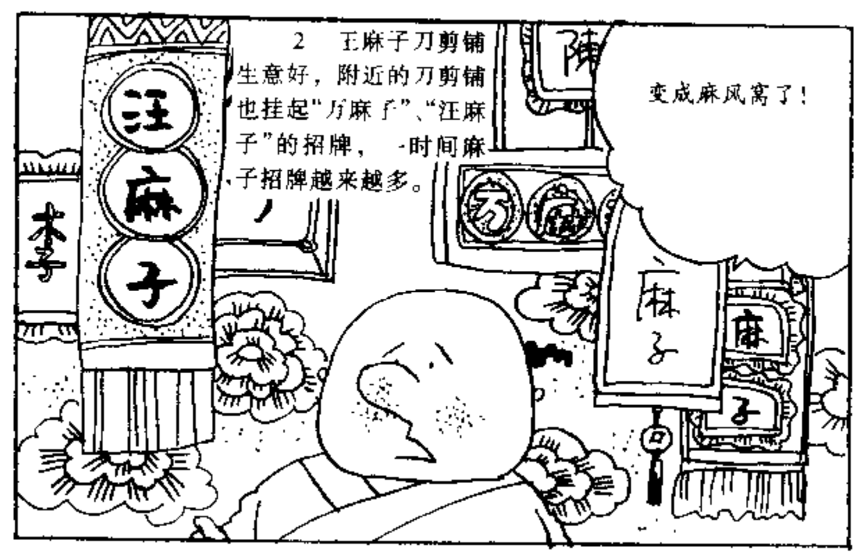
祝枝山是明代的书法大家，也善诗文、绘画，是“吴中四才子”之一。他为人放荡不羁，厌礼法，自称“万事遗来剩得狂”。

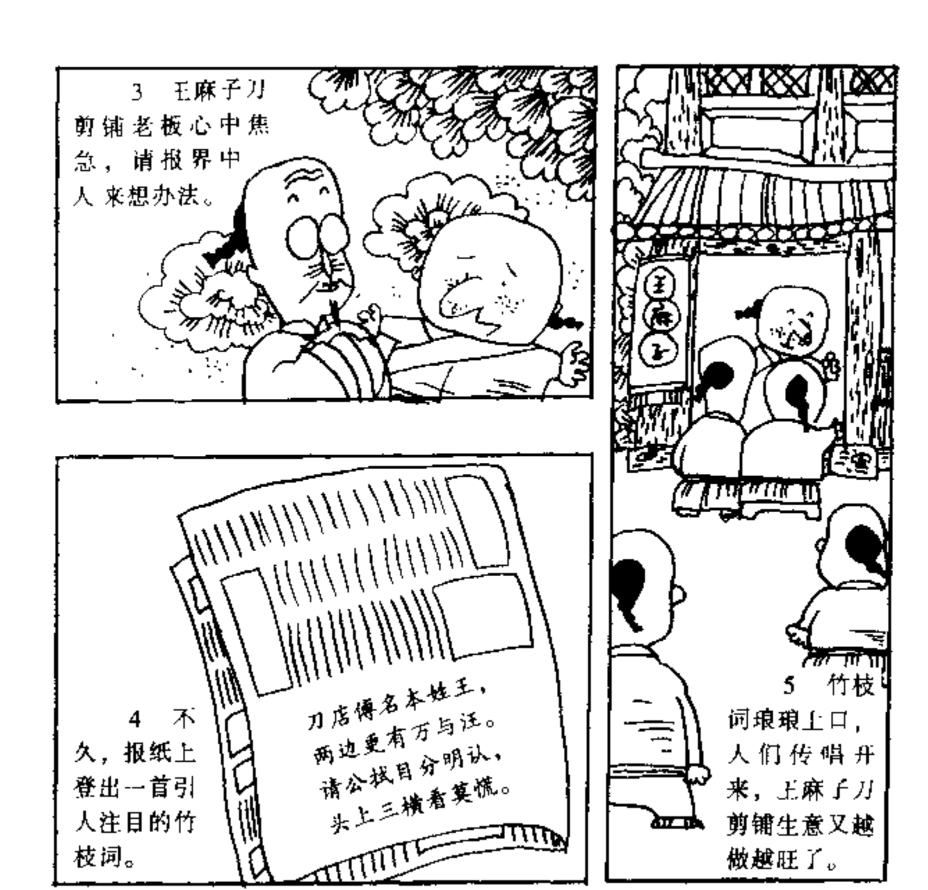
他的书法自成一家，楷书浑朴，行草飞动，时人争宝之，但求书者常遭拒绝。一些人只好等他进妓院时，贿赂歌妓代为索取。可见他作品的珍贵。

祝枝山肯为酒店题联，当然是有很大的吸引力。此联不但书法精美，而且语词结构也奇特有情趣。上联四个“管”字，下联四个“罢”字，写出纵情吃喝怀抱，也就大大打动了顾客的消费心理。

麻子招牌


1　清代顺治八年，王麻子刀剪铺在京开业，不久，便声誉鹊起。


2　王麻子刀剪铺生意好，附近的刀剪铺也挂起“万麻子”、“汪麻子”的招牌，一时间麻子招牌越来越多。
变成麻风窝了！
汪麻子



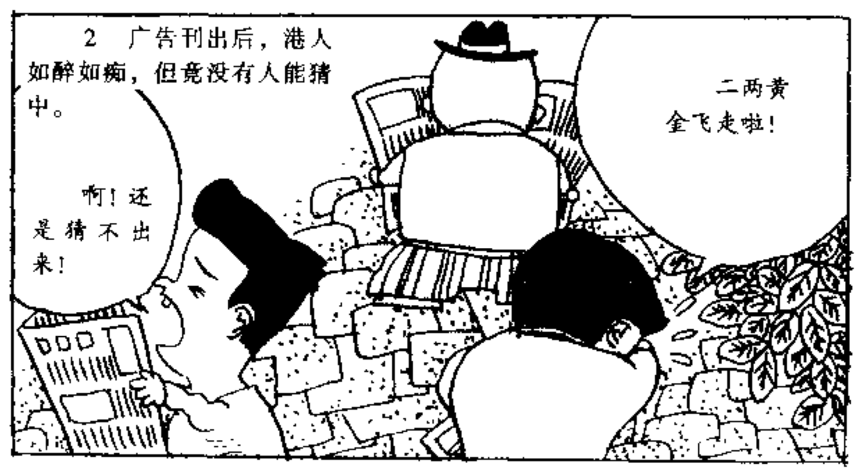
点评

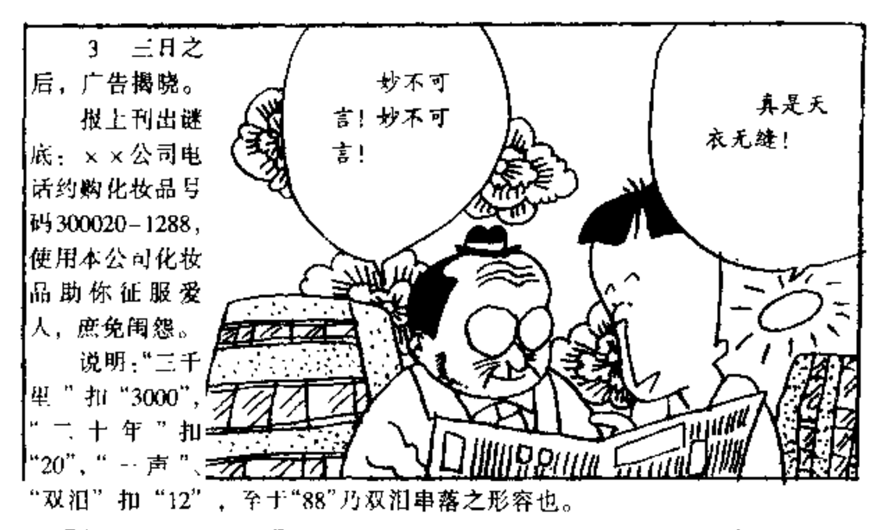
竹枝词是乐府名称，是唐代刘禹锡在湘沅吸收民歌所创的新词。形式是七言四句，整齐而押韵脚，声律要求比七绝宽些。它在民间流传广泛，故利用这种形式作广告语，宣传的效果颇好。

用这首竹枝词作为广告语，主要目的是叫消费者提防买冒牌剪刀。它抓住姓王与汪万两姓商品的区别，提醒购买者不要上当。由于竹枝词形式通俗易记，传播方便，不难使之家喻户晓，达到挽回销售量的效果。

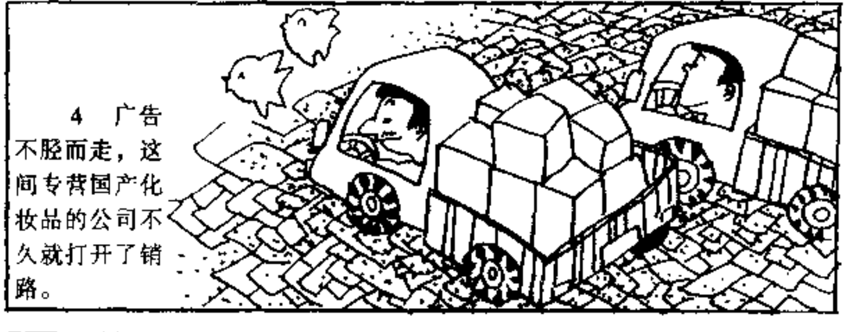
征服爱人


1 香港一商人在某大报登出一则诗谜广告。
谜面：唐·张祜《闺怨》
故国三千里，深宫二十年。
一声何满子，双泪落君前。
——猜一电话号码，
最先猜中者奖足金首饰二两，谜底三日后在本报揭晓。


2 广告刊出后，港人如醉如痴，但竟没有人能猜中。
啊！还是猜不出来！
二两黄金飞走啦！



“双泪”扣“12”，至于“88”乃双泪串落之形容也。



点评

广告的要求，主要是引起广大消费者高度注意，从而渐渐形成购买的心理准备。

这则广告用一首唐诗作谜面，让人猜一个电话号码，设计奇特，故能使人久猜不倦，引发了消费者广泛的注意，然后将谜底公布，使人称快。这比之声嘶力竭地叫卖，效果要好得多。因为这首诗本身的语言就很有吸引力，在猜谜过程中，便发挥了广告的作用，消费者在不知不觉中接受了广告的宣传。

·广告妙语·

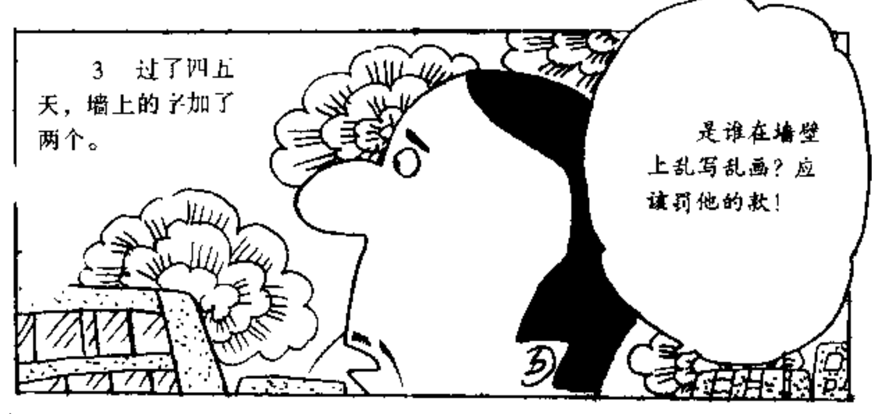
何人发冷？



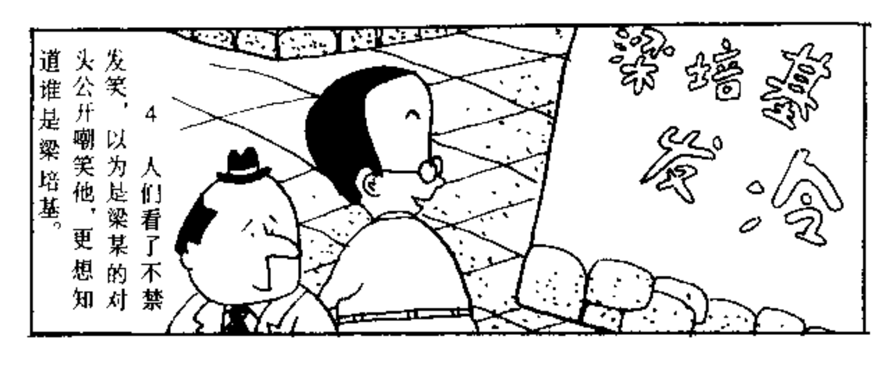
1　20年代中期某日，广州城乡一些地方的墙壁上，忽然有人贴上三个斗大的字。



2　人们看了莫明其妙，纷纷打听其人其事。



3　过了四五天，墙上的字加了两个。





5　又过了四五天，墙上五个字后面才续上一个“丸”字，至此人们才知是为推销发冷丸做的广告。梁培基发冷（疟疾）丸于是名噪一时。

点评	如何引发消费者的高度注意，这是广告的重要手段之一。本广告语分三段公布，使人哗然诧异，或不禁发笑等，都是引发消费者注意的好办法。因此，这广告策划得很成功。

张飞怕病

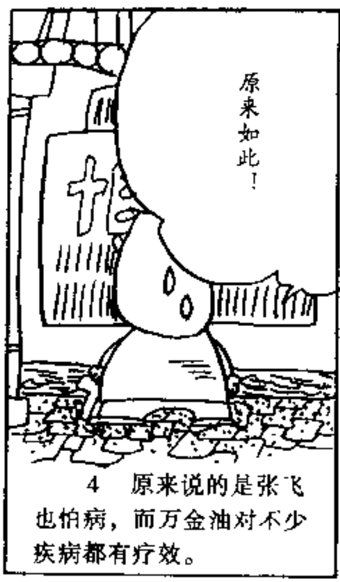


2　那文人酒足饭饱之后，含笑提笔，写了“张飞也怕”四个字，下面才用小字写上万金油的功效。









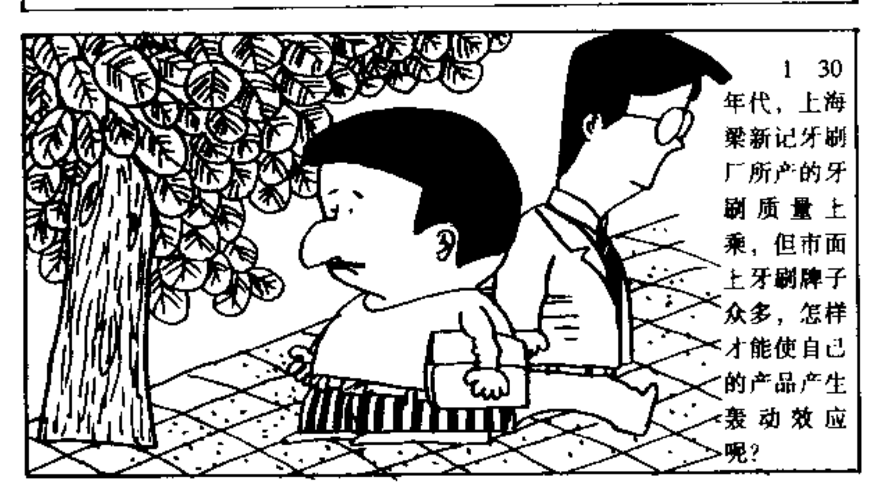


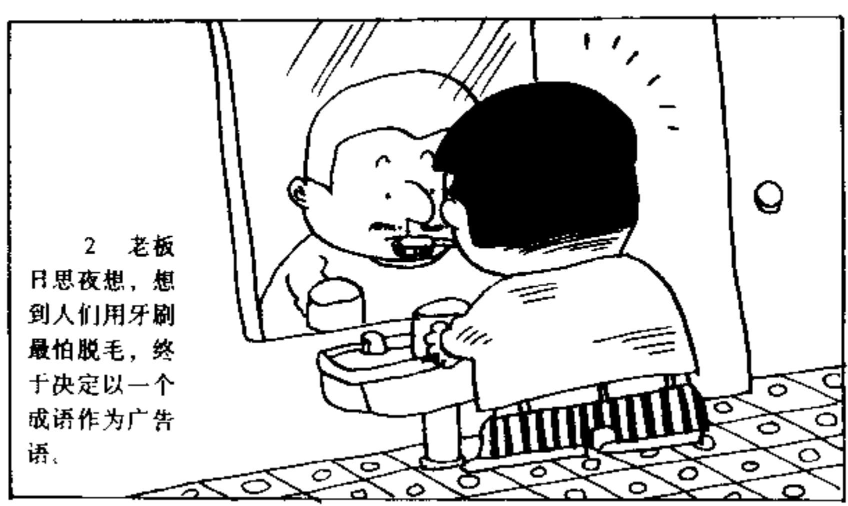
点评

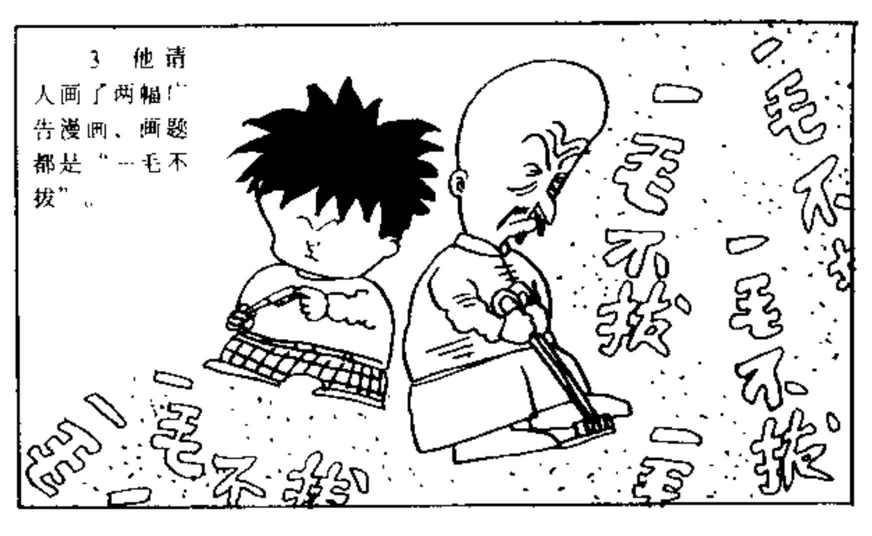
《三国演义》中，张飞的形象是非常勇猛的。他在长坂桥“一声好似轰雷震，独退曹家百万兵”，这情节早已深入人心。

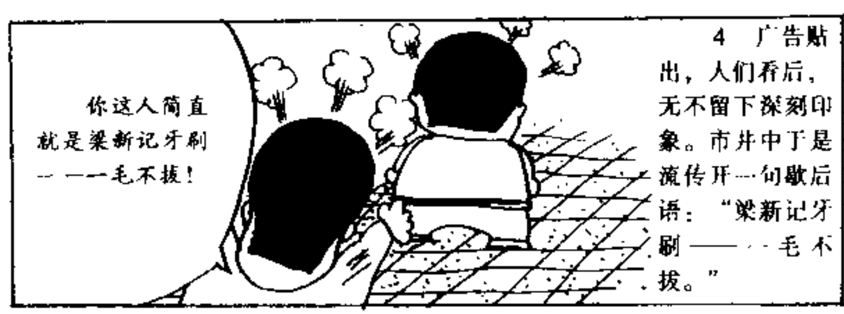
广告先写“张飞也怕”四字，已为下文说的“病”字蓄起一种强烈的声势。往后才揭出，敢与这声势抗衡的“标的物”——能治百病的虎标万金油。那么万金油的威力，便似水到渠成，不用多费唇舌，便能震动消费者的心弦了。

一毛不拔


1　30年代，上海梁新记牙刷厂所产的牙刷质量上乘，但市面上牙刷牌子众多，怎样才能使自己的产品产生轰动效应呢？


2　老板日思夜想，想到人们用牙刷最怕脱毛，终于决定以一个成语作为广告语。





点评

梁新记这两幅广告，好在图文并茂，抓住了当时同类商品普遍存在的毛病——脱毛，从而宣扬自己商品之长，用“一毛不拔”这句成语道出，言简而意赅。再绘成图画，以形象感人，更能打动消费者的心灵。久而久之，在市民中形成一句歇后语：“梁新记牙刷——一毛不拔。”这则广告的宣传效应，也就持久不衰了。

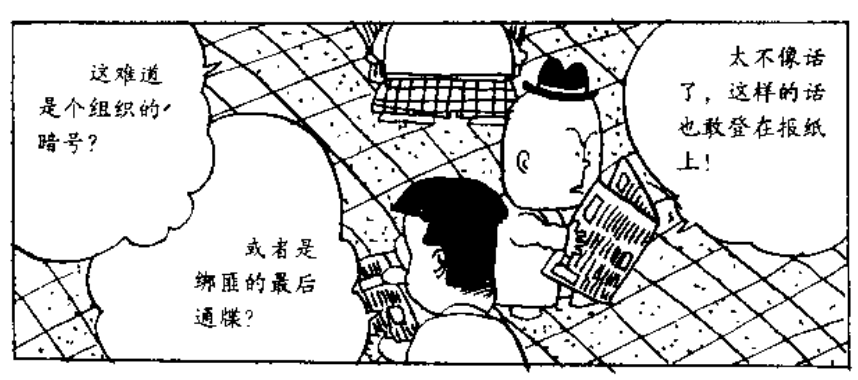
一条生路

1　抗战前的一天，广州一家药厂在某大报上刊出一则只有四个字的醒目广告。

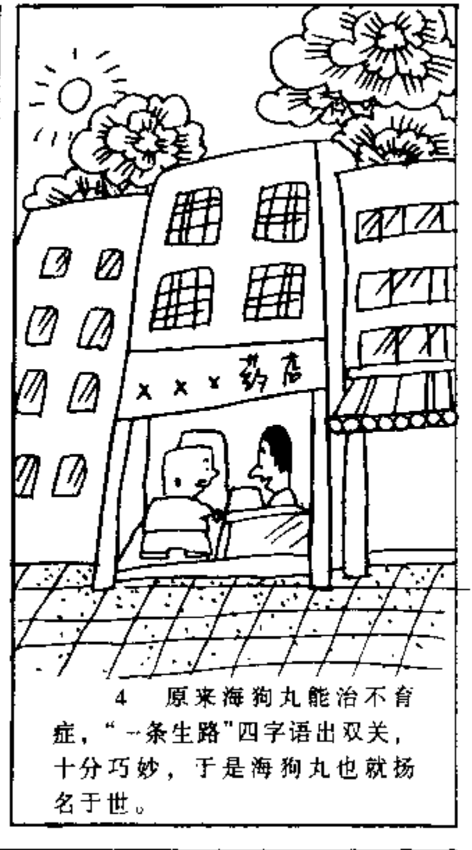
一条生路

这四个字有何深意？

2　这则广告连登十多天，弄得看报的人莫名其妙，纷纷猜测。







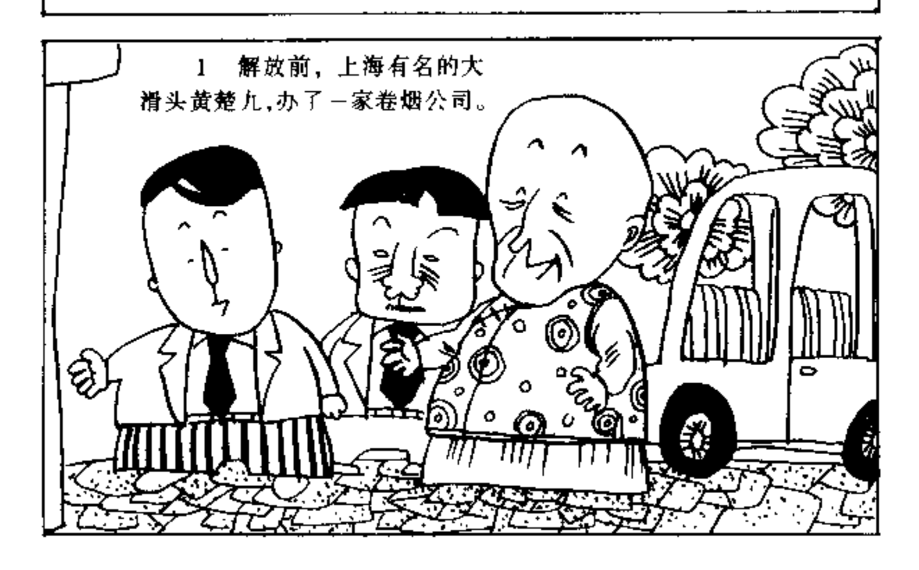
点评

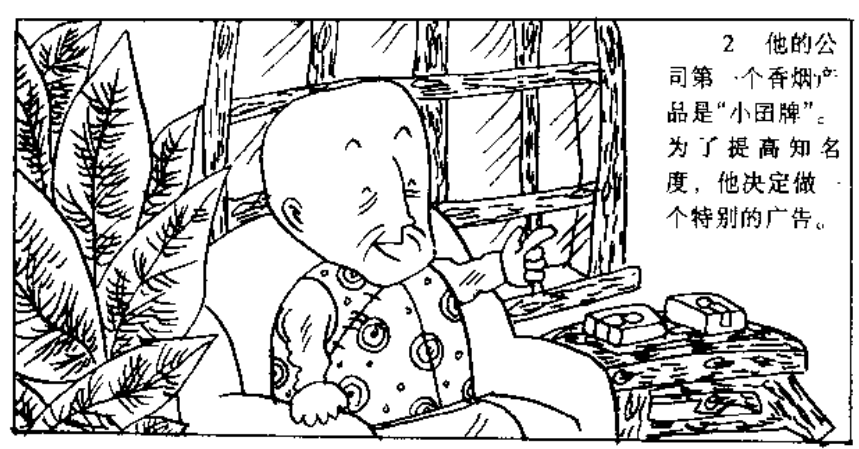
优秀的广告语，应是言简意赅、一矢中的，有如神话里爱神的金箭那样准确。“一条生路”这四个字，对于海狗丸治不育症的宣传，真可谓一矢中的了。

“海狗丸”是一种强壮剂，对于生殖机能弱的人，是有一定作用的。中国民族传统习惯，“无后为大”的观念很浓厚，结婚几年未有生育，就会产生紧张心理。这则广告，把能治不育症当作神箭，射向那种紧张心理，所以“一条生路”四字，对不育者有如指路明灯一样。

· 广告妙语 ·

请吃红蛋


1 解放前，上海有名的大
滑头黄楚九，办了一家卷烟公司。


2 他的公
司第一个香烟产
品是“小囡牌”。
为了提高知名
度，他决定做一
个特别的广告。



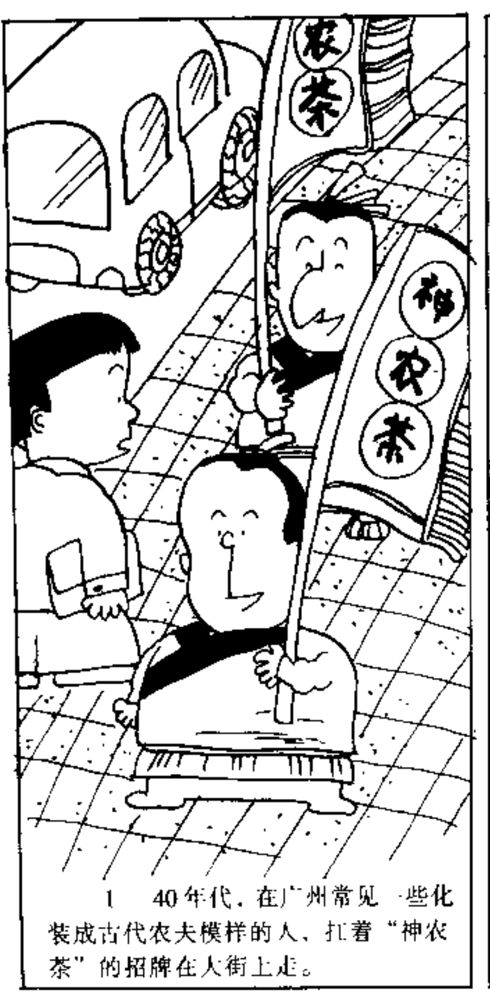




点评

这则广告先出图形——红鸡蛋，以引起消费者的悬念，待读者经过几天的猜想，才揭示“小团牌香烟”这标的物。再加“请大家吃红蛋”一语，充满了幽默谐趣的人情味，效果良好。

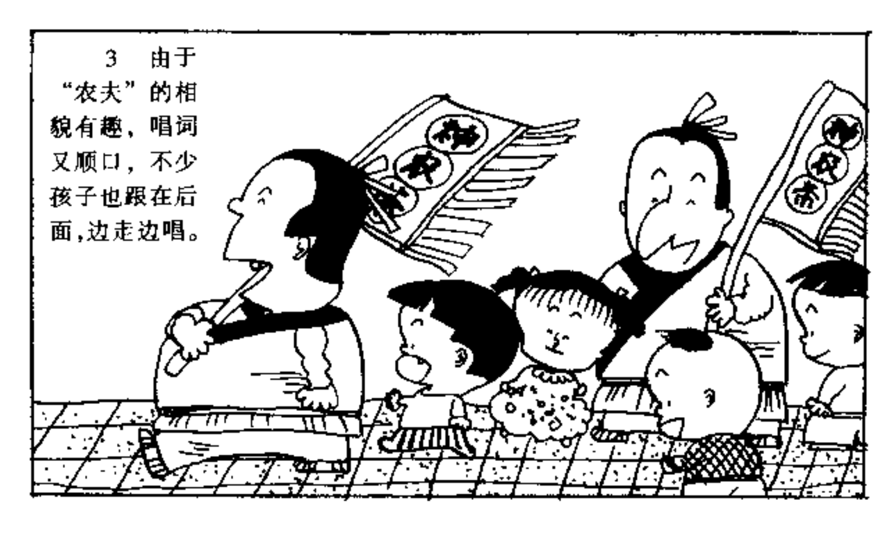
"神农再世"

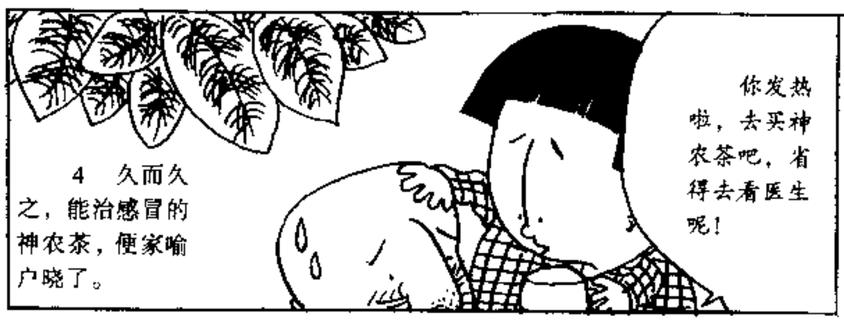


1　40年代，在广州常见一些化装成古代农夫模样的人，扛着"神农茶"的招牌在大街上走。



2　这些『农夫』边走边唱。



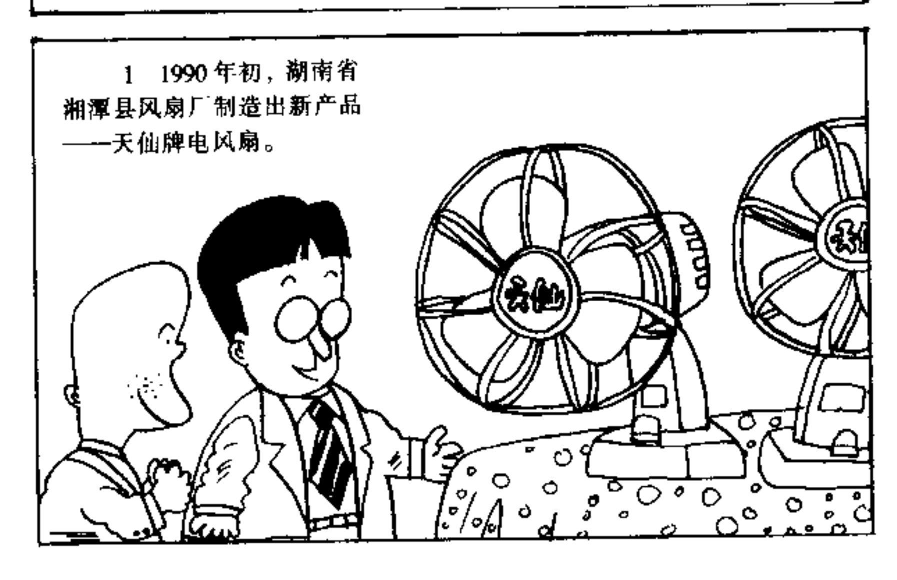


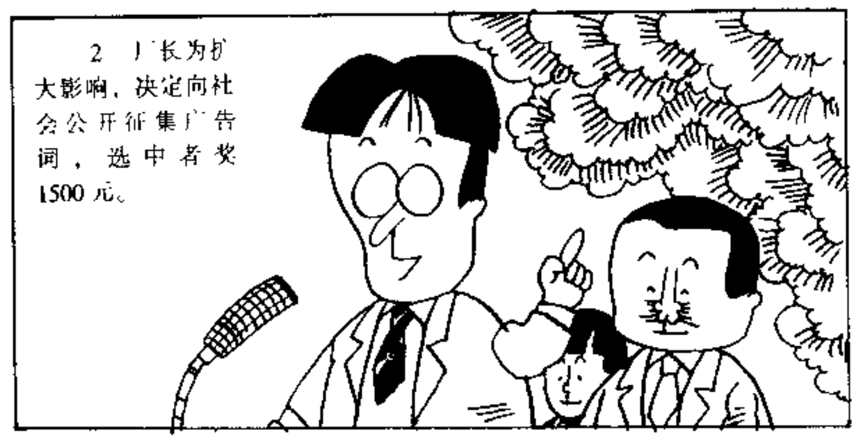
点评

神农茶运用民间说唱形式做广告宣传，很有好处。加上广州方言，群众更感亲切。因此，很快就家喻户晓，产生了良好的效果。

“神农茶、神农茶”重复一次，既加深消费者的印象，也显示了回环的韵律美。“发烧发热有揸拿”，“茶”、“拿”押韵易记；“揸拿”，叠韵通俗，适合地方习惯；“发烧”、“发热”，地方常见病，普遍需要解决。本药品既能治病，又宜于作为夏季饮料。所以有此广告宣传，便可名扬一方了。

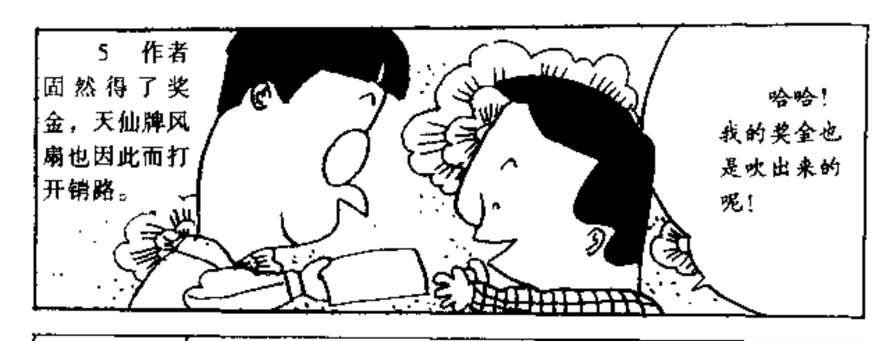
吹出名气


1　1990年初，湖南省湘潭县风扇厂制造出新产品——天仙牌电风扇。


2　厂长为扩大影响，决定向社会公开征集广告词，选中者奖1500元。





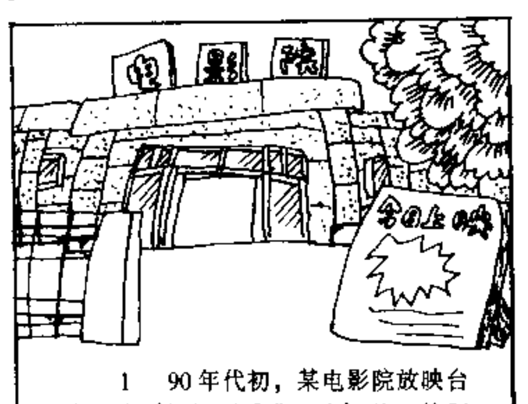


点评

"天仙的名气是吹出来的"这条广告语，好在用"一语双关"的手法写的。"吹出来"三个字，可作两种理解：一是吹牛的"吹"，一是吹风的"吹"。前者抽象，带贬义，没有实际的功能；后者具体，确是由风力好而出名，是褒义的。该贬义是为褒义作对比，使褒义更为突出。那么对天仙牌风扇，便确信其功能高超了。此则广告语，既幽默谐趣，更切实无欺，宣传效果当然很好。

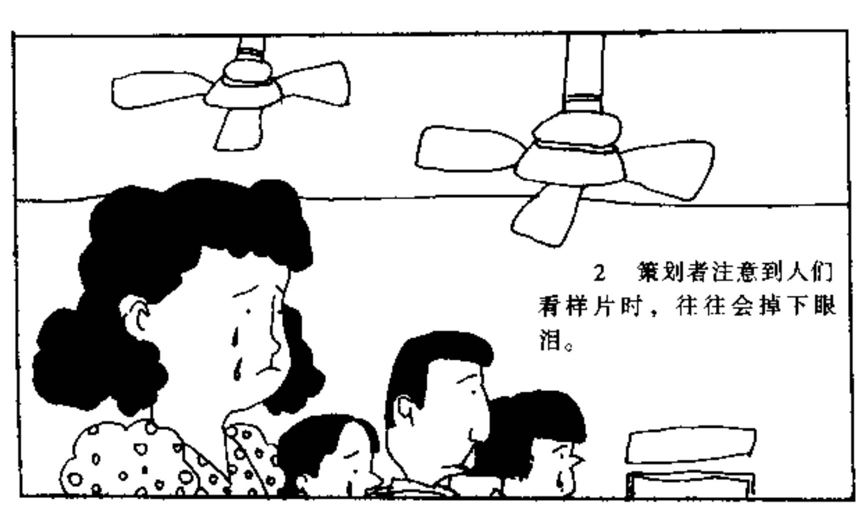
·广告妙语·

多带手帕



1　90年代初，某电影院放映台湾影片《妈妈再爱我一次》前，策划招徕观众的广告。





2　策划者注意到人们看样片时，往往会掉下眼泪。







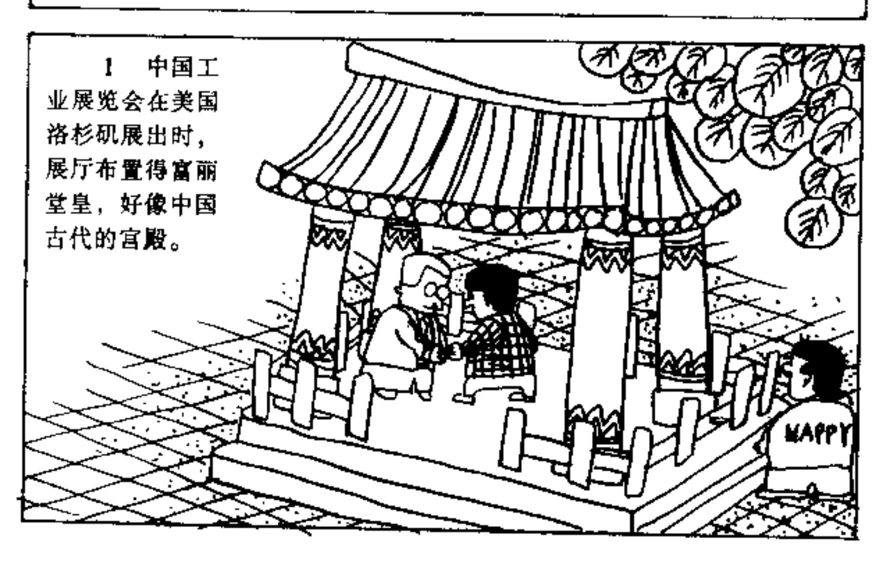
点评

这故事、说了夫妻二人构思广告语的过程，结果女方的优于男方的。

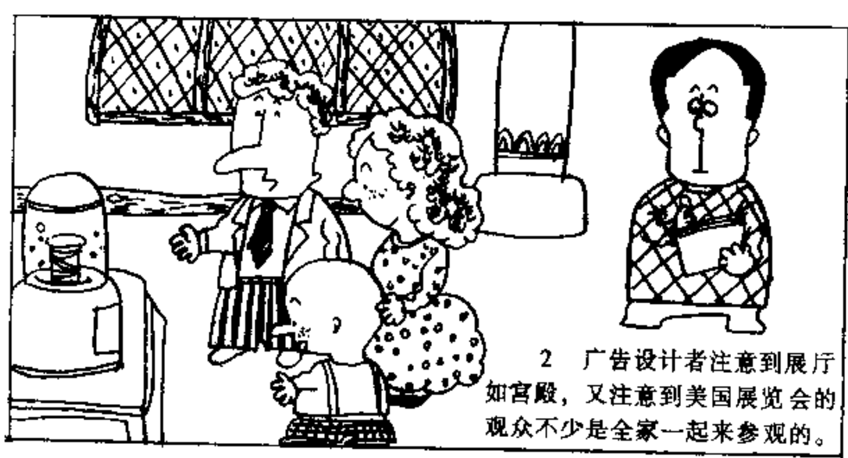
男方说：“剧情感人，不哭退票”，它使人感到有浮夸之风。谁都知道，这种“许愿”式的广告是敷衍之词，不可能兑现的。经女方启发后，改成：“超级哭片，进场请备两块手帕”，用暗示手法，没有绝对的肯定与否定，只把事态客观地端出，让观众自己体会。

古人说，“做人贵直，做文贵曲”，直则读者没思考余地，只有所知，而不易接受；曲则读者须反复索求，然后自做结论，这过程不但有知，而且有感，那就信得深了。

尊重孩子



1　中国工业展览会在美国洛杉矶展出时，展厅布置得富丽堂皇，好像中国古代的宫殿。

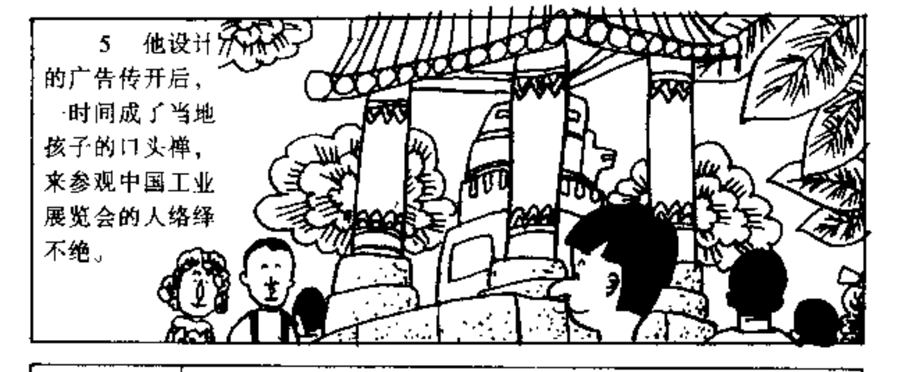


2　广告设计者注意到展厅如宫殿，又注意到美国展览会的观众不少是全家一起来参观的。

3 他到美国朋友家中了解，继而知道家中提议出游的多数是孩子。

我们是尊重孩子的意见的。





点评

开展览会的直接要求，当然是以最大限度地吸引众人参观。广告策划者必须为达到这要求而努力。那么对观众情况的分析，便是一项重要的工作。

广告设计者，先调查了解到：一、观众多是全家参观的，二、家长多尊重孩子的出游意见。因此用了“妈妈，我要到中国去！”这广告语。这条广告语，很能震动孩子的心弦，因为它用了孩子呼唤母亲的口吻，切合孩子的游玩心理，语言又简明易懂，故效果良好。

情系亲人


1　1984年初，黑龙江省
某市某美术设计者，接受了一
项设计交通安全广告画的任务。


2　他苦思多
日，仍未有满意的创
意。


3　一天晚饭后，女儿
在他妻子的怀中吵着要爸
爸抱。

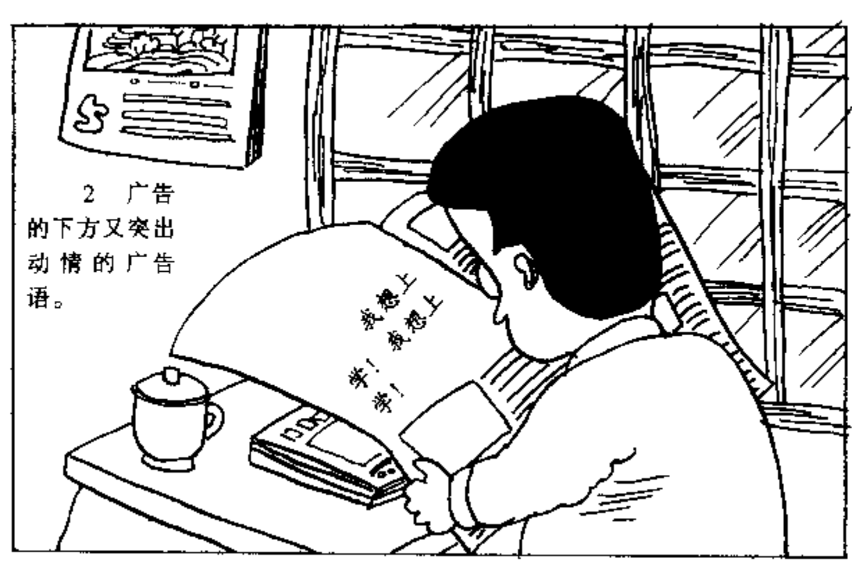




点评	
	这则广告的语言及图像设计都很精彩。抓住“爱”(包括夫妻亲子之爱)的动力达成广告宣传的目的，效应很好。 首先是，小女孩投怀索抱的形象，天真活泼，笑容可掬，哪个父母不动心呢。接着是：“……我和妈妈等着你安全归来”这句话中的“安全归来”四个字，在开着车的父亲心目中，便有千钧之重，自然引起警惕，决不会掉以轻心了，宣传安全行车的目的就自然达到了。

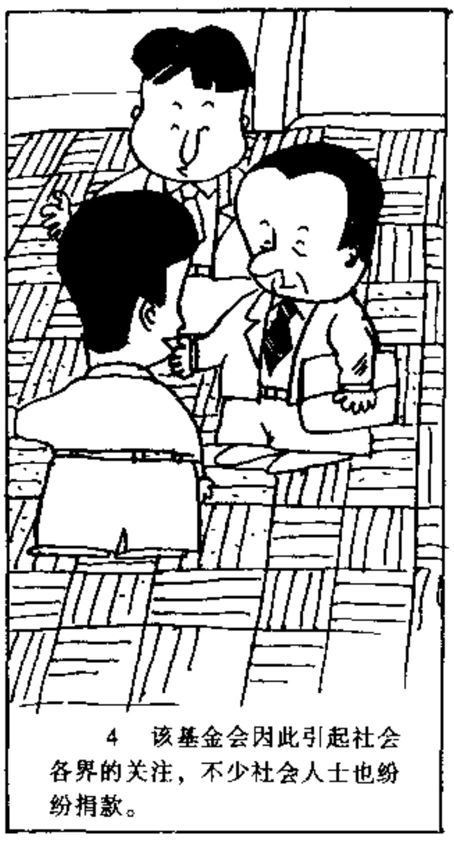
我想上学


1　1991年5月26日，中国青少年发展基金会在《人民日报》刊登了一则不同寻常的广告。
让所有的孩子都拥有美好的童年和幸福的明天。
邮政报刊


2　广告的下方又突出动情的广告语。
我想上学！我想上学！



3　此广告令不少学生看后大为感动，学校发动募捐时，学生分外踊跃。



4　该基金会因此引起社会各界的关注，不少社会人士也纷纷捐款。

点评

“让所有的孩子都拥有美好的童年和幸福的明天”这则广告语，是直接大声疾呼要关怀所有的孩子，口号虽然响亮，但尚欠深刻动人。

后面加上“我想上学！我想上学”这广告语，好像一群天真的孩子在呼吁、在恳求、在期待。它引起在学的孩子也踊跃募捐，社会上的善长仁翁也就大受感动，纷纷起来捐助，掀起募捐热潮。可见对宣传对象的心理分析，也是写好广告的一种手段。

不怕老虎

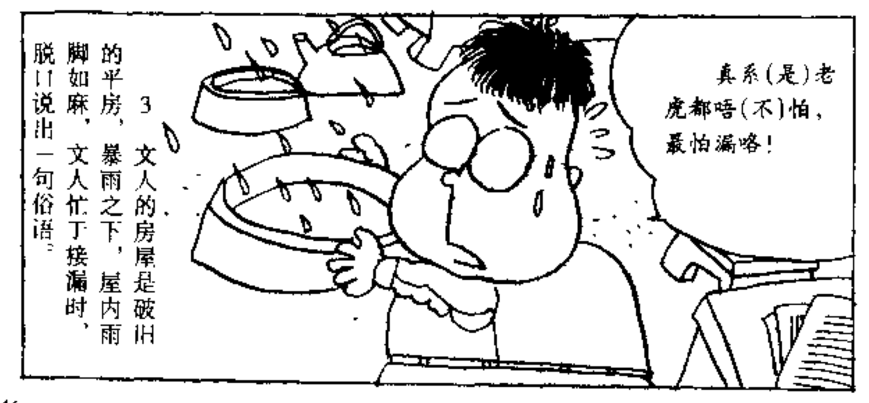
1　某建筑防水补漏公司开张，请某文人策划一句广告语，文人看到报酬不少，一口答应。



2　当晚，文人苦思至深夜，仍未有满意的句子。突然，天上电闪雷鸣，随即下起大雨来。



3　文人的房屋是破旧的平房，暴雨之下，屋内雨脚如麻，文人忙于接漏时，脱口说出一句俗语。









点评

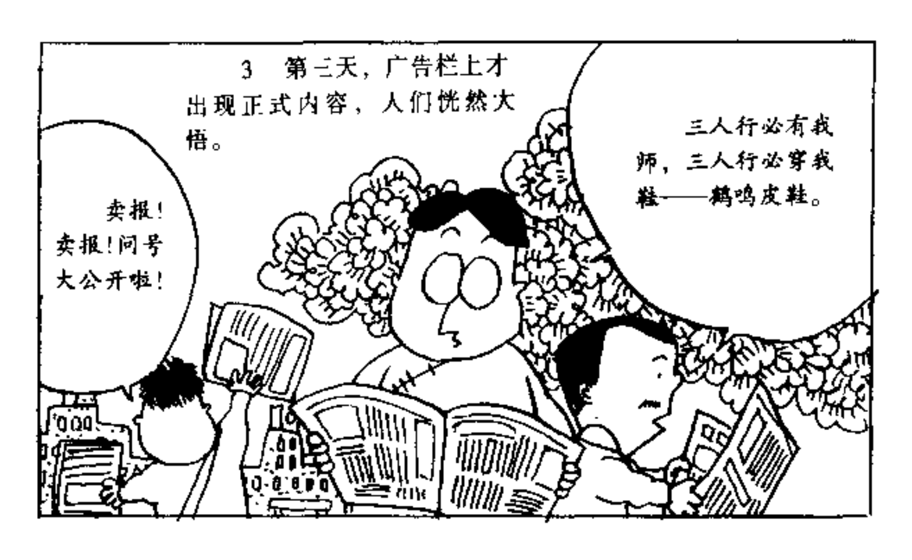
“老虎都不怕，最怕漏！”这句广告语，首先是把为害最烈的老虎和漏作比较，夸大了“漏”的害处。然后把“补漏”的功能端出，为“补漏”工程之重要性作了铺垫，那么“补漏”这项工程便与众不同了。这说法，虽是较为夸张，可是用了这句俗语表示，也不觉得它有什么虚假，反之却觉得自然可信了。

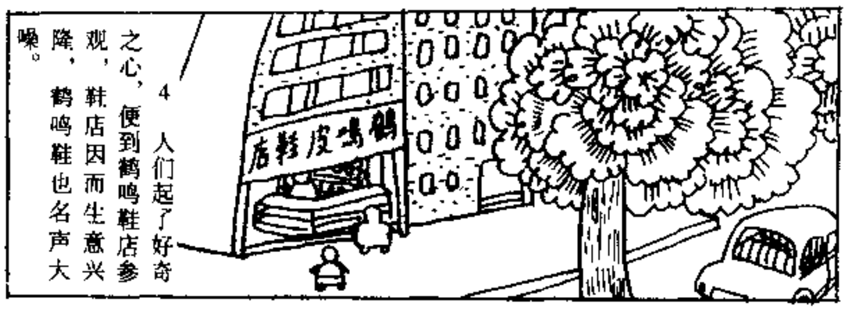
明天分晓


1　40年代某天，南京的某大报刊登了一个奇怪的广告。
欲知详情，请看明天本栏。


2　此广告连续两天出现，成了市面上人们谈论的新闻，人们焦急地等着看下文。


啊，真够滑头！怎么今天和昨天完全一样！
还得买明天的报纸！
第二天





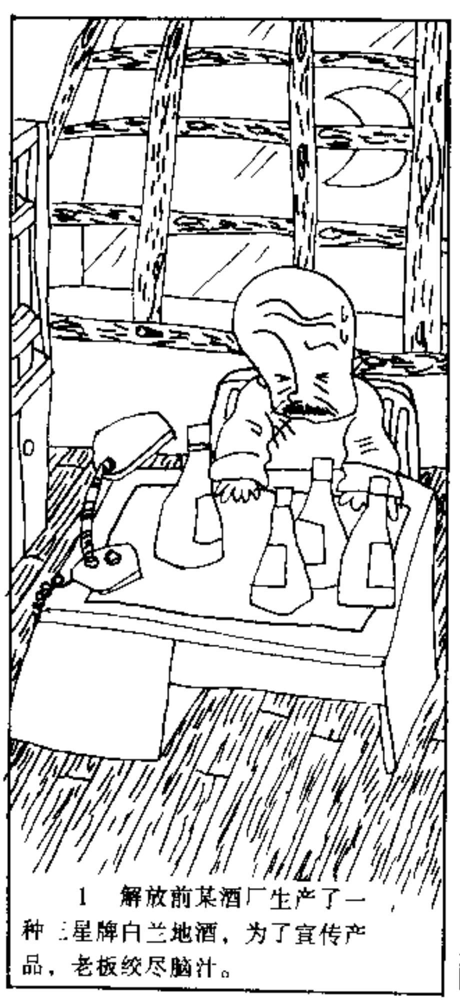
点评

这则广告，是先设悬念，引人置疑，然后揭晓，以深化消费者的注意程度。最后，套用一句古语作广告语，显得简括自然，引人注意。

“三人行，必有我师”（见孔子《论语》）。孔子在传统观念中是个圣人，他的话是至理名言。广告借用他“必有我师”的论断力量，用以断定“必穿我鞋”，暗示着鹤鸣皮鞋已为大众所爱用之商品。这比之凭空说来更有说服力。

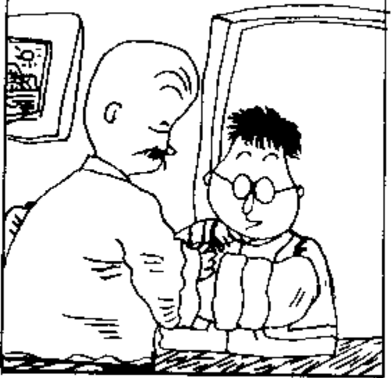
· 广告妙语 ·

巧设联局



1　解放前某酒厂生产了一种三星牌白兰地酒，为了宣传产品，老板绞尽脑汁。

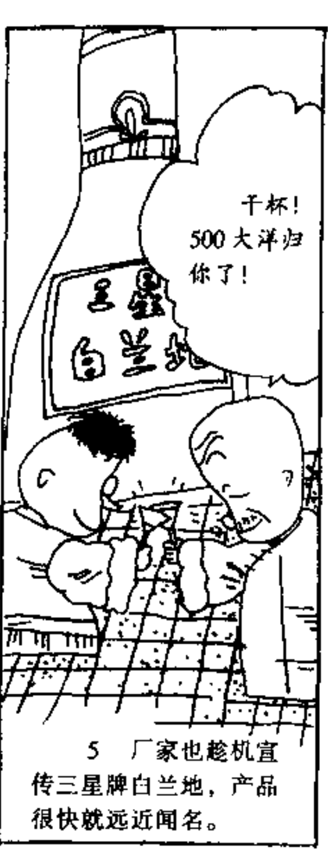




2　老板秘密请来楹联名家，拟定了为宣传产品而设的“征联局”。







点评

用征联的办法来扩大商品广告的宣传，这是常见的。奇特可取的是，酒厂却把商标与商品缀成五字的上联，言简而富有情趣，引起消费者的特别注意。所以它的宣传效果，非一般征联可比。

对联的上下两联，对仗甚工。“三星”与“五月”，从字面看是数字加天文，甚工整；从涵义看，“五月”的“月”虽是历法，但用作借对也很自然。“白兰地”（译名）、“黄梅天”既是专有名词，而字面上（颜色、植物、天文）也很工整。从整联说，是工巧浑成，而又富有情趣。

测字揭秘

编文：弓　子
点评：黎　青
绘画：叶家斌　钟山由



借助于汉字形体结构的迷信活动

测字是一种迷信活动，这是今天一致所公认的。迷信，本是先民科学知识低下的自然产物，加上东汉的谶纬之学，把经史文献作了神秘的曲解，更使迷信观念泛滥起来。《周礼》早有“占梦”的记载，测字则是见于隋末，而盛于宋初(见赵翼《陔馀丛考》)。

随着社会发展，文化科学知识提高，迷信观念便渐渐淡化了。

测字的故事反映了前人的文化心态，也略见汉字形体结构的特点，并让人了解到测士的骗人伎俩，有助于揭露占卜的迷信。测字是方术中的重要形式之一，它对中国文化影响很大，不但形成思想体系，也有其技巧系统。尽管测士们把它说得如何“神灵”，但亦不外把汉字(利用象形的特点)任意肢解和拼凑，以牵合他们预定的断语而已。

测字的欺骗性手段主要是：预知信息，巧设灵验，如《兀术侵宋》等；利用概率(成败各占 1/2)，偶然中的，如《激励上进》等；察言观色，模棱两可，如《伙计失窃》等。同是求测“问”字，测士答宋徽宗说：“左为君，右为君，圣人万岁。”另一道士则说：“门虽大，只有一口。”可见他因人说话，只凭测士的机巧来骗人。上述之类，全是文化糟粕。当然也还有一些带积极因素的：利用卜测，鼓舞斗志，如《释字安民》等；巧拆字体，当面斥奸，如《秦桧专权》等。

至于测士之随意肢解字体、添减笔画等，造成汉字混乱的弊病，还须注意提防。

目　录

崇祯测字



1　明末，天下大乱，崇祯皇帝暗地叫一个太监出宫打探民情。

测字

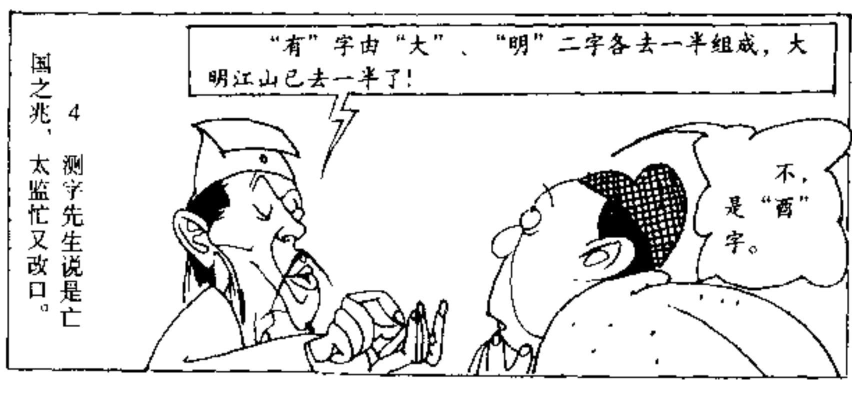
"友"字，请测国事。

"友"字是"反"贼已出头了！

不，我说的是"有"字。

2　太监遇到一个测字先生，便请他测字。

3　测字先生看出他是太监，有意说出实情。



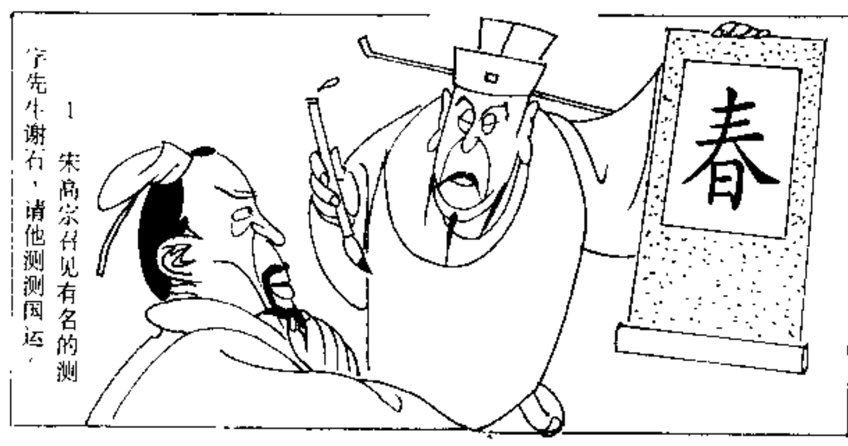


点评

测字本是一种迷信活动，不可能从汉字的形体结构上预知人事的成败与吉凶的。但由于测字先生的社会经验、提问技巧及掌握信息等条件，作出的判断便有一定的命中率。

明末，农民起义领袖中，李自成、张献忠是最强大的，大明江山岌岌可危是不难预料的。测字先生既认出求测者是太监，自然可以从“友”、“有”、“酋”等字找出牵合断语的内容了。值得重视的是，太监三易其字，测字先生都能灵活地用离合字形的手段，较完满地牵合了预定的断语，可见依靠高明的江湖伎俩才是加大命中率的保证。

秦桧专权



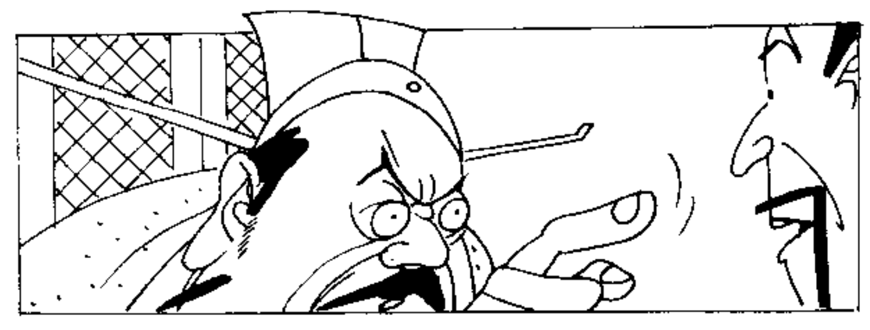




点评	谢石之所以成为著名的测士，除了其他测字技巧之外，对国家的政治得失，亦必有所觉察，有所关心。他既得高宗的召见，自然有为朝廷献策之心、对招来之祸，也心中有数。 他先把“春”字分离为上下两部分，上头与“秦”字上头联系，缀上“太重”二字，暗示秦桧(大汉奸)专权；把“春”字下部的“日”(代表皇帝)字，缀上“无光”二字，暗示王权的旁落。用意使高宗警觉，除奸任贤，振兴宋室。这些并不是什么文字中的神灵启示，而是测士的政治眼光和敢犯权奸的义勇之举。

刺奸遇害


1 宋代奸臣贾似道权倾朝野。一次，他请一名术士来测字。
2 贾似道写了一个“奇”字。那位术士是颇有正义感的人，借机直刺权奸。
相爷之志恐怕不能实现了。此字说“立”又不“可”，说“可”又不“立”。



3　贾似道当面不便发作，暗中却派人陷害术士，把他逐出京都。



4　贾似道怕术士泄露天机，又派人把术士杀死在途中。

点评	贾似道，历史上列他为奸臣。他既凭姐姐为妃的关系为官，又以狡诈而累官至左丞相。蒙古侵鄂州，他暗向蒙古纳币求和，却伪称用兵解围。后来朝野愤怒，才被贬谪到广东高州县。 这位相士知道他要借测字来欺骗群众，而不肯阿谀奉承，助纣为虐，所以把一个“奇”字强分为上下两半（上半部“大”字加“-”近似“立”字，于是说成“立”字），有上无下，有下无上，变成一种解体状态，暗示贾似道的权势就要垮台了。这个判断并不难，而可贵的是不畏权势的斗争精神和勇气。

·测字揭秘·

借字除奸


1　五代时，索统以擅占梦闻名京师，不少人找他占梦。
2　一个惯于奉承奸臣、陷害忠良的宦官张宅来请索统占梦。
我梦见骑马上山，后来回到家中，转了三圈，这是什么好兆头？
这个……恐怕不好讲……
请……请先生直说无妨。
3　索统决定戏弄一下这个坏家伙。



点评

这故事见《太平御览》。解梦的事，古代就有了。《诗经》有说梦见熊罴，是生“男子之祥”。汉代梁王府里还设有解梦的官(见《陔馀丛考》)。后来人们的智慧发展了，渐渐理解到“日有所思，夜有所梦”这句话，对梦就不那么神秘了。可是有些人在心理很不平衡时，又难免对所作的梦怀疑起来。

索紞既是个解梦名家，自然懂得分析对方的心理状态，从对方的烦忧精神状态下断语。“凶”字本意是指人的两脚打了交叉，而跌入陷坑。索紞却望文生义，与梦中的骑马上山牵合，暗示对方厄运将至。这是江湖术士的伎俩。

童谣可畏



1　汉朝末年，战乱频繁，百姓苦不堪言。

2　后来，董卓独揽朝政。

3　民间忽然传唱起把“董卓”二字拆开的童谣。

千里草，
何青青。
十日卜，
犹不生。



点评	董卓是东汉时的奸臣。他与何进诛灭宦官之后，自为相国，凶残专横，擅自废少帝，挟灵帝迁长安，大兴杀伐和掠夺，朝野对他恨之入骨。 民谣代表了百姓的心声，群众舆论力量不小。百姓用隐语的说法，把董字拆开为“千、里、草”，把“卓”字拆开为“十、日、卜”，添上“何青青”、“犹不生”，既凑成韵语，又暗示：董贼昔日的威风就要殒灭了! 董卓的滔天罪恶，不仅在当时受到讨伐，而且遭后世唾骂。明朝大画家徐渭题画蟹诗云：“若教纸上翻身看，应见团团董卓脐。”蟹横行，用以比董卓，既幽默，又大有讽意。

·测字揭秘·

女皇改字


1 武则天称帝后，喜欢作新字，又多忌讳。天授年间，有大臣上书，请改"国"（國）字。
2 武则天大喜，下令以"武"字外加方框为"国"字。
"国"（國）字里面是"或"字，是乱的迹象，请改"武"字以镇之。
3 岂料过了一个月，又有人上书说新字不吉利。
快改，改为方框内上下置八方二字。
"武"字四面是墙，与囚禁一样，十分不吉利呀！



点评

故事中前后两个大臣所提“国”字的内涵，都是按谶书的观点而言的，并非文字学的正义。“国”(國)字从“口”从“或”，“或”通邦，古时“或”与“國”同用，可见两位大臣之说都是杜撰出来的，是为了奉迎武则天“喜作新字”的脾性而说的。

谶语是一种宗教迷信的预言。谶学产生很早，秦始皇时有“亡秦者胡”之说，这是一种诡秘的隐语，秦始皇因此而大筑长城以防胡人入侵。后来秦亡于太子胡亥，人们又认为此预言灵验了。其实，秦始皇很残暴，劳民过甚，明眼人也料到他不会长久的。

·测字揭秘·

借字鼓劲



2　他为了稳定军心，与军师定下“借字鼓劲”之计。

众将士，我昨夜梦见抓住一只羊，拔下其角与尾巴，未知主何吉凶？

快请测字先生来圆梦。

“羊”字去了角和尾，便是“王”字。将军必可成帝王之业！

3　测字先生到帐前圆梦，众将士一听，士气大振。

4　刘秀成王之兆传开，来投靠的将士愈来愈多，势力更大，后终于重兴汉室，建立东汉。

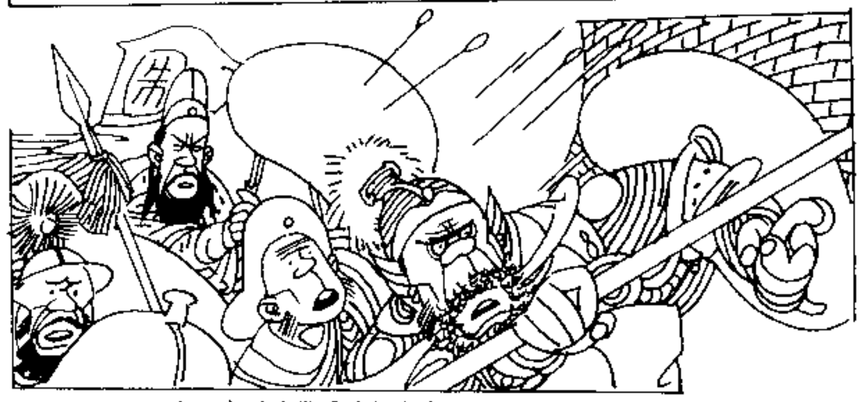


点评

圆梦其实也是一种迷信活动，统治者可以利用它，被统治的人也可以利用它。在科学尚未发达的时代，迷信也能起到一定的作用。刘邦打天下时曾利用它（有斩白蛇，起沛县之说），刘秀梦抓羊也是利用它。军师圆梦，把“羊”字去掉头和尾，留下个“王”字，应是一种预定的默契，暗示刘秀必能称王于天下，使投靠他的人坚定奋斗信念，从而凝聚了强大的精神力量。

·测字揭秘·

刘基解梦



1　一次，朱元璋带兵攻打海宁，数天未下，将士们都有点泄气。



2　一天早上，朱元璋当着众将的面请军师刘基圆梦。



点评

做梦是人的一种潜意识心理活动，所谓“日有所思，夜有所梦”（当然不是日常思想意识的直接再现），但梦跟人事的吉凶、成败是没有什么联系的。

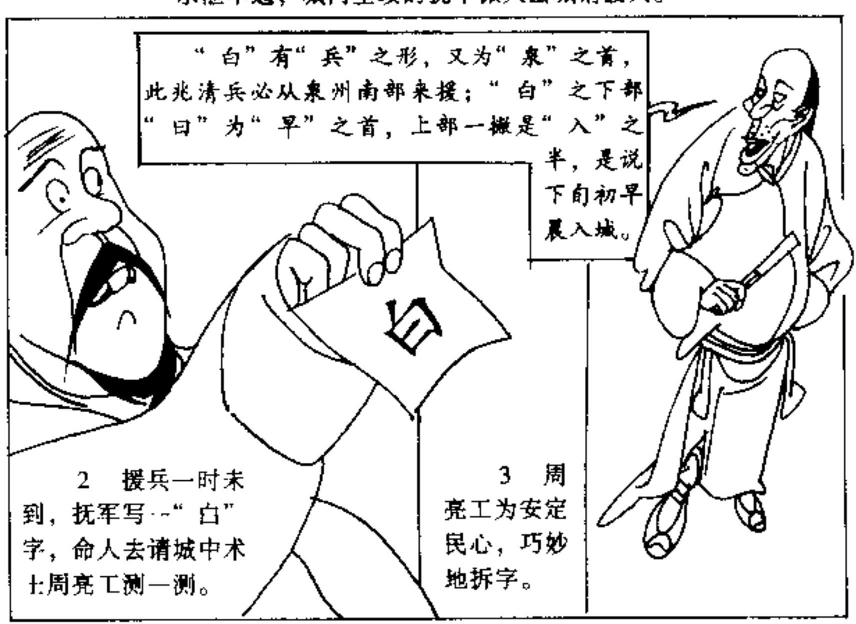
“众”字繁体写成“衆”，《说文解字》谓从三人，从目，并不从血。刘基并非不懂《说文解字》，而是按照朱元璋的意图，杜撰出一个众字，以坚定将士们的斗志。

刘基，字伯温，是个很有文才和很有谋略的人，对形势分析和对事情的判断，都很有预见性。民间流传着所谓“刘伯温锦囊”，便是对他的神化。

释字安民

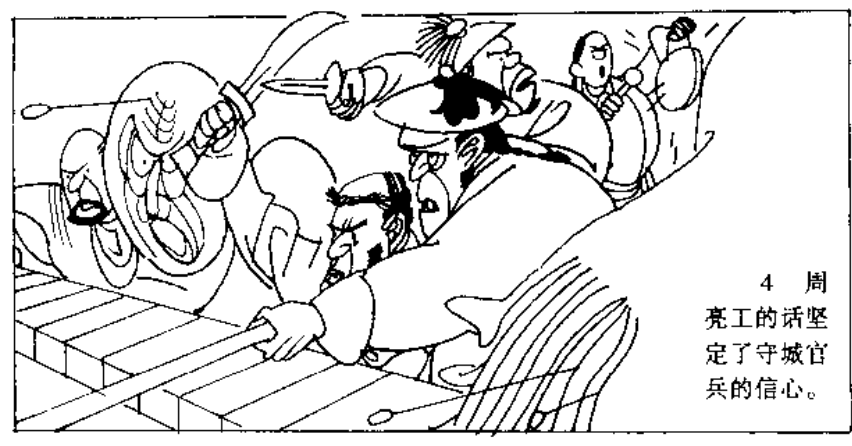


1　清代时，一次，福建省城被海盗围得水泄不通，城内主政的抚军派人出城请援兵。



2　援兵一时未到，抚军写一“白”字，命人去请城中术士周亮工测一测。

3　周亮工为安定民心，巧妙地拆字。



4 周亮工的话坚定了守城官兵的信心。



5 后来，清兵解了城围。

点评

故事中表明，周亮工是配合城中抚军的意图而作测断的。“下旬初援军入城”这话显然是为“坚定守军信心”而说的。所以对“白”字的分析显得牵强，不过周亮工确是个有识之士。

泉州，从宋代起便设了个对外来船舶的管理机构，是南方对外贸易的港口，特别到了明清两代，水陆交通更为便利。因此，泉州是援军南下行程必走之路，周亮工早就心中有数了。至于说，“白”为“泉”之首，“曰”为“早”之首等，那是故弄玄虚之说罢了。援军出发必有官方情报，周亮工不过将测字神化而已。

测字用兵


1 宋代庆历四年(1044年)，贝州卒王赵则叛乱，讨伐的宋军久未建功，宋仁宗向众大臣问计。
2 参知政事文彦博自动请缨平叛，宋仁宗非常高兴，当即答应。
众卿家有何良策?
3 有大臣提出：文彦博不是将才，不能胜任。宋仁宗只好借用测字的技巧，以平息众议。
微臣愿效犬马之劳。



点评

宋仁宗这样的测字，把将领的姓(文)和平乱的地点(贝)凑拼起来，说是"败"字，形体上还说得通。但是敌方败还是我方败呢，却说不出道理来。由于他开了"金口"，所以也没人再议论了。

贝州之乱，既长久未平，仁宗自然心急。文某主动请缨，当然是胸有成竹。仁宗为了坚定他的信心，作此牵合的说法，也算是善于处事。

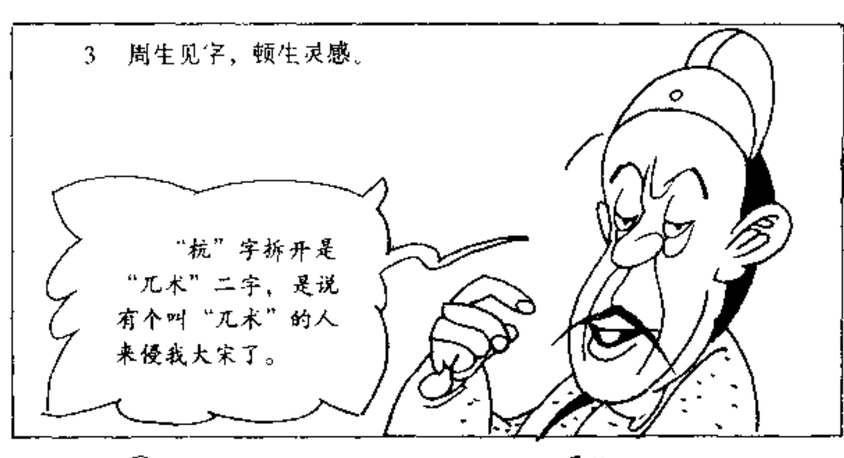
虽然说他的断语碰巧对了，但决不是从汉字的神秘中窥察得来，而是掌握了叛乱者的一定信息，也可能是请缨者确有将才，这是比较近于科学的估计。

兀术侵宋

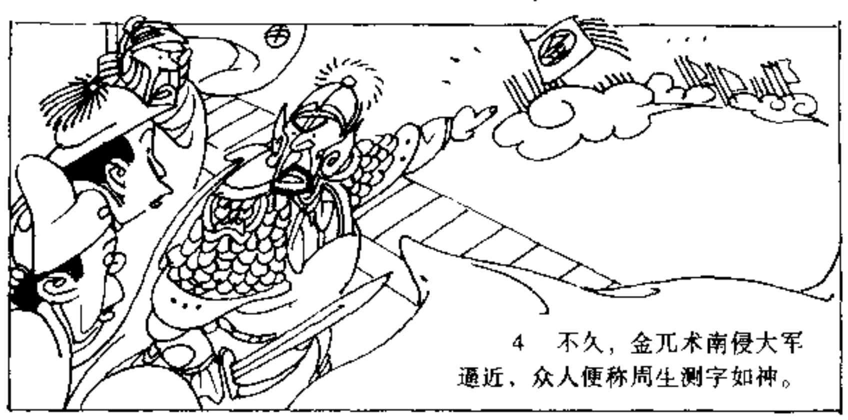


1 金兀术刚起兵侵宋时，有名的测字先生周生早已得到消息。

2 周生来到杭州，有人以“杭”字请他测测国事。



3　周生见字，顿生灵感。



4　不久，金兀术南侵大军逼近，众人便称周生测字如神。

点评

宋高宗赵构，在徽、钦二帝被金国掳走之后，逃到杭州建立了南宋政权。这期间，金国军事首脑金兀术等，对南方虎视眈眈。由于南宋小朝廷昏庸腐败，南方人民日夜惴惴不安。因此，金兀术南侵之虑，并非偶然。测士周生既是江湖术士，自然留意社会动态。金兀术几次南侵，队伍都是浩浩荡荡的。只是当时交通工具差，一般人消息闭塞，而周生却利用了这空隙，占了便宜。

"杭"字左右分开，本是"木"和"亢"(kàng)，跟"兀、术"二字只是近似而已(《陔馀丛考》还有"右一点配不上"的说法)。

激励上进



1　宋代测字高手汪龙是个失明人，人称“瞎龙”。次，四五个赴京应考的书生请他测字。
貴
貴
先生，我们写的都是“贵”(貴)字。
“独眼龙”来考试也会中吗?
好，你们一定会中。
小弟岂敢后人?
2　这时，有书生笑其中一个一目失明之人，但此人回答得体。汪龙听后，心中一动。



点评

测考生的成败，测中率是较高的。考试结果一是高中，一是名落孙山，猜中的概率高达50%。瞎龙之所以叫独目考生留下，是由于他"回答得体"。从"小弟岂敢后人"这句话分析，知此人谦虚谨慎，处事有分寸。先说话的那个考生，则盛气凌人，骄傲自满。瞎龙察觉后，就把"贵"(貴)分成"中、一、目、人"四个字，这也是望文生义，牵合测上用意的。

"贵"字按《说文解字》是从"贝"，"臾"声，不是从"中、一、目、人"的。"贝"像海上介虫之形，非"目、人"。

一场虚惊



1　南宋乾道四年(1168 年)冬，漳州人弓舆与六七位乡里赴省试。考试后，众人入庙拜神求梦。

2　当晚，弓舆梦见走进一府衙中。

弓舆不中

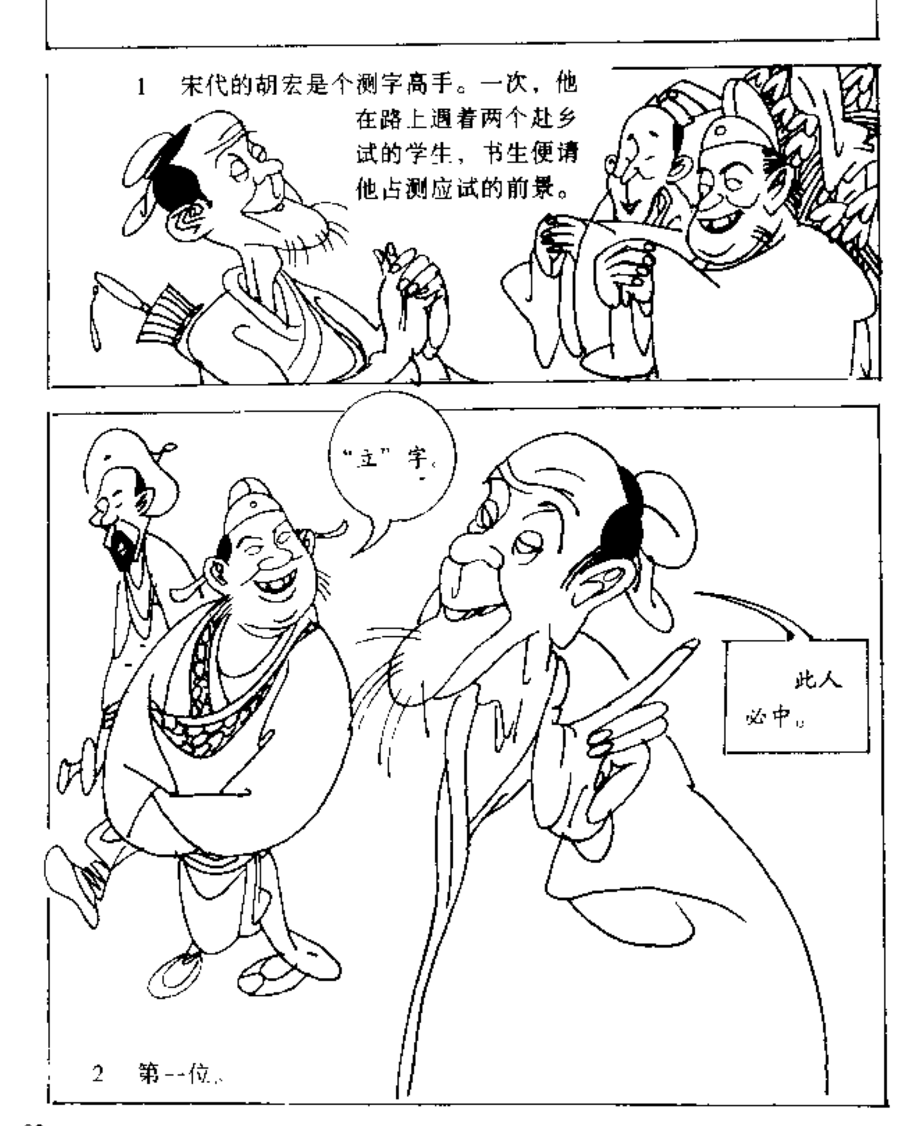


点评

“不”字，按《说文解字注》谓“鸟飞上翔不下来也”。是说“一”好比天，下部像鸟的翅膀，后据此引申假借为否定之词。论者虽有异议，但总没有解作“一个”的。

弓舆高中后，对梦中之事仍耿耿于怀。测字先生为解他的疑虑，就“不”字大致形体另出新义，颇能敷衍求测者的所问。当然这也是一种江湖术士的伎俩。

借题发挥


1 宋代的胡宏是个测字高手。一次，他在路上遇着两个赴乡试的学生，书生便请他占测应试的前景。
"立"字。
此人必中。
2 第一位。



3　第二位。

4　旁人不解，胡宏只好解释一遍

点评

故事所说，两个书生同是出个“立”字求测，别无其他谈吐，而胡宏竟一语中的，似乎事属神奇。其实这种灵验，并没有什么理由作根据的。主要是凭中或不中那50%概率的巧遇而已，并非神灵所在。

“立”字怎样和中与不中联得上呢？说有人在旁变成“位”，凭位字断为中了，欠说服力；对另一考生则说有人挑水过，变了“泣”，断他以后有丧事，没说时间，家有老人，迟早必死，谁不知道？测字者深受传统迷信支配，常失自知之明是不为怪的。

富儿测巾


1 一位富家子赴考前去测字。从袖中取出汗巾，请术士占测。
2 术士对他端详了好一会。
汗巾的“汗”字从“三”、从倒写的“士”字。你家是三代进士吧?
是啊!
3 术士再望望富家子，连呼可惜。
你一心想高中，可惜肚中货色差了一些。恐怕难以如愿。



点评

故事中说这位术士早已摸清了那富家子的底细，这情节是很重要的。术士先端详了富家子，接着只说可惜，见他意冷心灰，知其信心不大。俗语说，“艺高人胆大”，如此纨袴子弟，谅无过人才学。老练的术士主意已定，然后在汗巾上做功夫，他把水旁说成“三代”，倒“干”为“士”，牵强之至；说“巾”缺“一”不成“中”，尚属乖巧。头脑清醒的人，当想想自己的实力，决不会相信这无稽之谈。

·测字揭秘·

字结良缘


1　元代书生沈云卿，梦见自己吃羹，但羹不热，入口觉冷，抬头时又见天上映着“无(無)二”两个大字。
二無
请兄指教指教！
2　沈云卿醒来之后，觉得不好理解，便请好友迴秀占测。



点评

迴秀既知道沈云卿所看中的姑娘，自然也知道那位姑娘的身世门第，若不是条件相当的，决不会鼓励自己的好友作非分之想。迴秀的道贺，表明了客观条件已具备，只要沈云卿加以主观努力，达到目的并非意料之外的事。

迴秀既懂测占之术，就梦中"冷羹"、"天无二"两点内容，推出"美、人"二字，增强了沈云卿的追求信心，于是终成眷属。俗人认为这事灵验，实质是迴秀处事老练，并非测占的神秘，也可谓借汉字形体之特殊(象形化)牵合占卜迷信心理而已。

·测字揭秘·

吴江得子


请指点迷津!
1　清代，一位姓汪的举人成家后，久未得子，甚为忧虑，便请精通术数的皇甫坦占卜。
2　皇甫坦不言不语，只写了一个字给他。
这……
湧



点评

汪某虽非江湖相士，但他深受社会占卜的迷信影响，也学会了望文生义的字形分析。因此他在吴江得子之后，仍从这"湧"字去找解答。《说文解字》释"湧"的右旁说"勇"从力，"甬"声。汪某视为"男"，也是主观凑合而成，并没有可靠的依据。

在古代，对占卜相命的迷信，虽大知识分子也属难免。清代《四库全书》的总编纪晓岚，在廷试之前曾出个"墨"字叫人测他的成败。测者指上半的"里"字说，当为"二甲"，果如所说，可见这些传说已深入人心了。

· 测字揭秘 ·

但说无妨


请测此字。
1　某人母亲得病，到测字摊占卜。
唐


测
“唐”字上为“康”字头，下为“居”字脚、康居无恙，无妨，无妨。
2　测字先生见他并不焦急，心中有数。



点评	测字先生的断语，措辞也须有技巧。故事中用“无妨”二字，是带模糊性的，或者叫做“滑头话”，使你抓不到他的疏失。一些江湖老手，往往是熟习了一套揣摸求测者心理的方法而取得信任的。 清代程省在《测字秘牒》中透露了骗人的秘密。他说对求测者，不要让他先出字，要先问对方的五行、属相等；再问他生平相关的事迹，加上察言观色，预定断语，为测字打基础。可见不是汉字中有什么神灵的启示，而是借汉字的形体，随意地牵合测士的断语。他们常把汉字弄得支离破碎，甚至造成混乱，这对汉字文化非常有害。

拆字励志


先生，请问是凶是吉？
1 清代，有一理发匠请名术士范时行测字，拈得一个"村"字。
2 范时行一番话，使理发匠十分颓丧。
"村"字拆开为"寸"、"木"。木以长为贵，一寸之木有啥用呢？



点评

范时行说的，先是一种两可的断语，待观察对方的反应之后，才再下较明确的断语。因此他先以把“一寸木”说成“废材”，窥见对方的反应鲜明，再改口说大材也是由小苗长成的，使对方处事做人都充满信心。这是促使他成功的一种精神力量，求测者往往会感到安慰和满足，对测字者产生好感，凡有顺遂之处，都会归功到测字者身上，因此灵验感自然不断增强。这也是迷信能够长期存在的原因之一。因为求测者在遇上困惑时，无可奈何下，总想从测卜方面得到些慰解。

伙计失窃



1　一次，某店伙计发觉蚊帐被人偷走，连忙赶往城隍庙找测字先生大不同测字。

2　大不同本已收摊，见伙计来得急，便笑口迎客。

3　大不同收了酬金后，便请伙计写了一个字。



5 大不同见状，改口说出另一番道理，令伙计哭笑不得。



点评

这个故事，写出了测士大不同的狡诈。失窃的结果不外两种，一是能找回，一是找不回，你随便猜也会有半数是猜中的。它的概率，可高达50%。大不同就玩弄了这个花招。

开头说“四”字像挂帐之状，可能找到；求测者提出质疑，他又改口说像盘蚊香之形，说帐子找不回了。这岂不是：模棱两可，信口开河吗!